

BARÓMETRO DE RELACIONES ECONÓMICAS BILATERALES ESPAÑA – COLOMBIA 2024

JUNIO DE 2024

Resumen de conclusiones

Introducción

El Barómetro

Encuesta realizada entre marzo y junio de 2024 por encargo de la Fundación Consejo España Colombia. Segunda edición tras 2023.

Objetivo: mejorar el conocimiento de las relaciones económicas entre ambos países, recogiendo opiniones de empresas que sostengan relaciones entre ambos, como exportadores, importadores, empresas de capital proveniente del otro país e inversores.

Este barómetro se divide en dos partes:

- Empresas de origen español contestan a preguntas sobre Colombia
- Empresas de origen colombiano contestan a preguntas sobre España

Los resultados se presentan por separado para cada uno de los dos mercados.

Conclusiones principales

En general, podemos destacar una alta positividad y optimismo en los encuestados, incluso teniendo en cuenta las situaciones de crisis recientes y actuales.

- Satisfacción y optimismo generalizados.
- Tanto España como Colombia son mercados valorados positivamente en casi todos sus factores.
- Las empresas tienen, en general, la intención de incrementar su actividad bilateral.
- Las preocupaciones más destacadas incluyen el tipo de cambio, el riesgo político, la competencia asiática. En Colombia se señala la burocracia; en España, altos costes.
- Las empresas de dichos países tienen en general una imagen positiva.
- Sería importante mejorar el conocimiento mutuo de ambos países, puesto que algunos aspectos negativos se atribuyen al desconocimiento.

Encuesta sobre el mercado colombiano

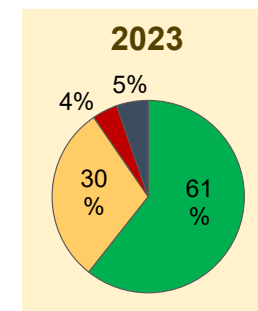
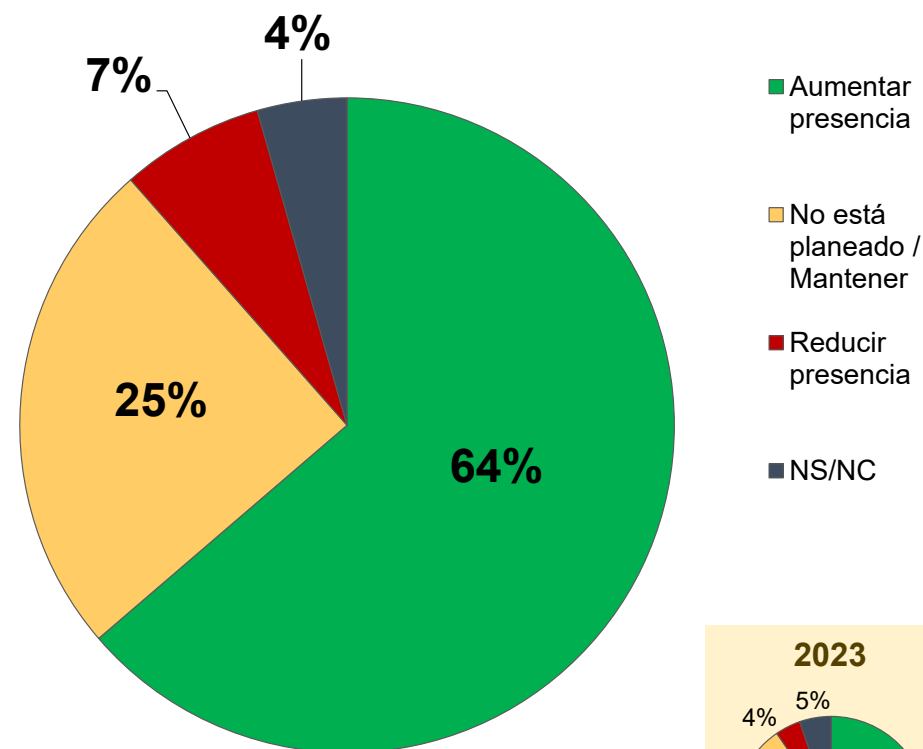
Encuesta a empresas españolas con actividades en Colombia, ya como exportadoras, ya como empresas matrices de filiales instaladas en Colombia.

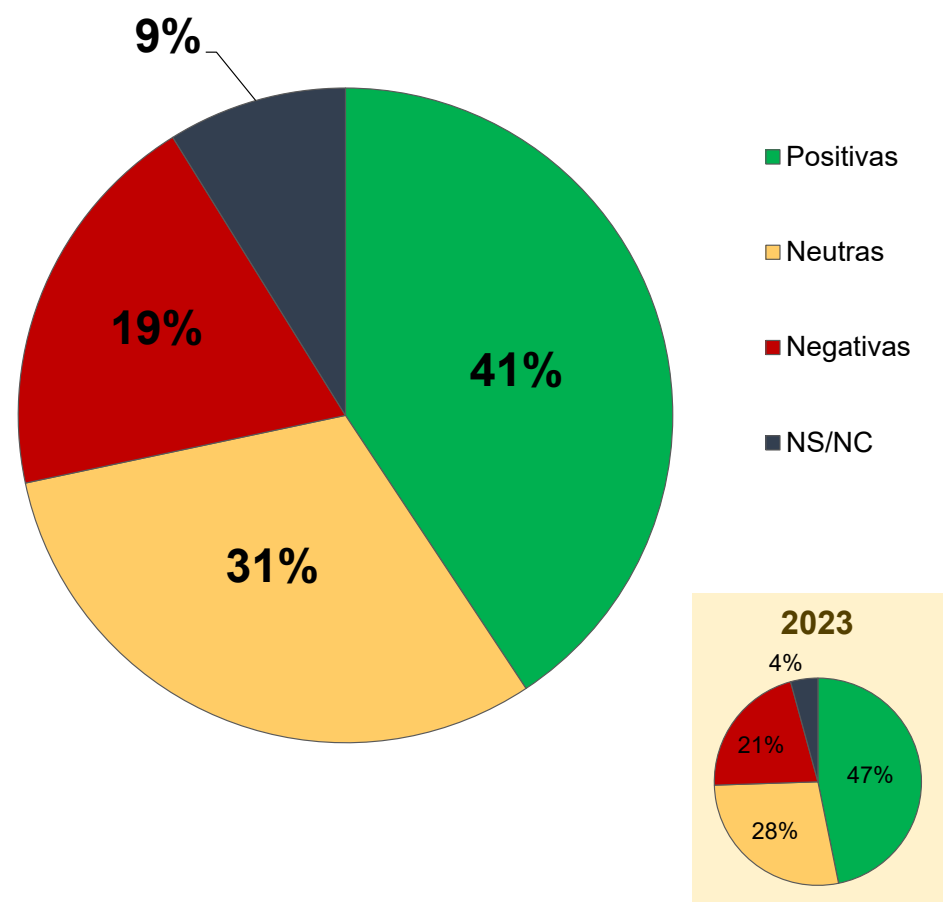
Presencia en Colombia

Preguntamos a las empresas españolas si planean incrementar, mantener o reducir su actividad en Colombia.

El 64% de las empresas españolas con actividad exportadora o filial en Colombia que contestaron a la encuesta indicaron su plan de **incrementar actividad**. Solo el 7% plantea reducirla, aunque la cifra crece respecto a 2023 (cuando fue 4%).

Para la mayoría de las empresas españolas que trabajan con Colombia, **es un mercado rentable y con perspectivas positivas**.





Preguntamos a las empresas españolas su opinión sobre las perspectivas económicas de Colombia.

El 41% de las respuestas indican unas **perspectivas positivas** para la economía colombiana, mientras que el 19% indican temor a un empeoramiento de la economía del país.

Aunque el optimismo es dominante, igual que en la encuesta de 2023, el porcentaje de respuestas positivas ha bajado un 7% desde la encuesta anterior.

Problemas y amenazas

Problemas

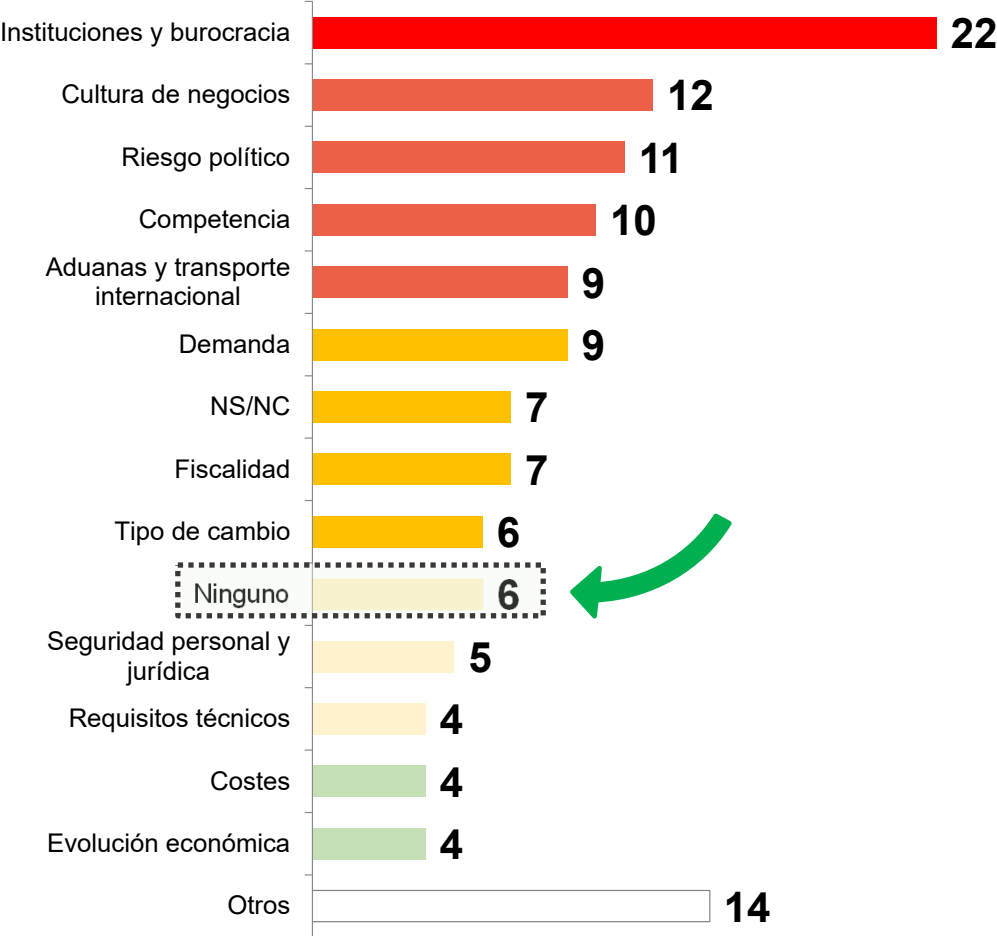
Preguntamos a las empresas españolas qué problemas han sufrido durante su experiencia en Colombia.

Dada la variedad de perfiles de empresas, es natural que los problemas sean diversos. Destaca uno muy por encima de los demás: problemas con la burocracia y las instituciones colombianas.

Las empresas destacan dificultades con diferentes aspectos de la cultura de negocios, el riesgo político, la fuerza de los competidores, las dificultades de aduanas y transportes y la falta de demanda en algunos sectores.

Pero destaca que 6 han declarado no haber tenido ningún problema de importancia al trabajar con Colombia.

Con respecto a 2023, hay menos quejas respecto al tipo de cambio y las infraestructuras, y más respecto al riesgo político y la competencia.

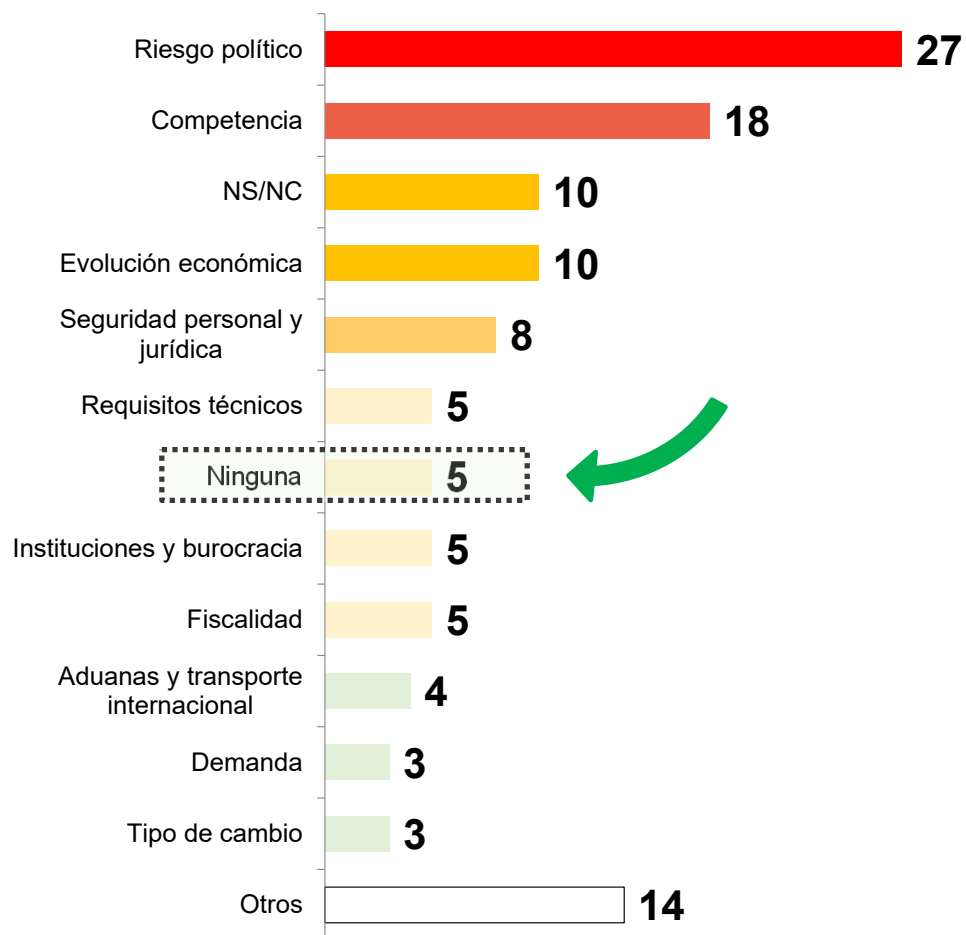


Preguntamos a las empresas españolas qué problemas han sufrido durante su experiencia en Colombia.

Entrando en detalles, algunos encuestados señalan aspectos concretos de especial interés:

- Con respecto a la cultura de negocios, la desconfianza hacia las empresas extranjeras, independientemente de su origen.
- Exceso de trámites y burocracia en muchas interacciones con la administración, por ejemplo, en aduanas.
- Costes de transporte, problema que apenas se mencionó en 2023.
- Algunos problemas que se mencionan poco en 2024 son el tipo de cambio, la seguridad, la fiscalidad y los costes.

Amenazas



Preguntamos a las empresas españolas qué amenazas potenciales las preocupan más con respecto a su futura actividad en Colombia.

Destacan dos preocupaciones mencionadas con mucha mayor frecuencia: el riesgo político y la entrada de nuevos competidores.

El riesgo de una evolución económica negativa y problemas de seguridad también son amenazas mencionadas con cierta frecuencia.

Se observan respuestas variadas y dispersas, en función de las características peculiares de cada nicho de actividad.

Preguntamos a las empresas españolas qué amenazas potenciales las preocupan más con respecto a su futura actividad en Colombia.

Entrando en detalles, algunos encuestados señalan aspectos concretos de especial interés:

- Es destacable que, respecto a 2023, ha desaparecido la preocupación por el tipo de cambio.
- Con respecto al riesgo político, los encuestados muestran, más que nada, incertidumbre respecto al sentido de las potenciales reformas y medidas regulatorias del actual Gobierno.
- La competencia que más preocupa es la de las empresas chinas y asiáticas, y en general competidores de bajo coste. El hecho de que Colombia sea un mercado atractivo con buenas perspectivas es un factor que podría hacer aumentar la competencia.

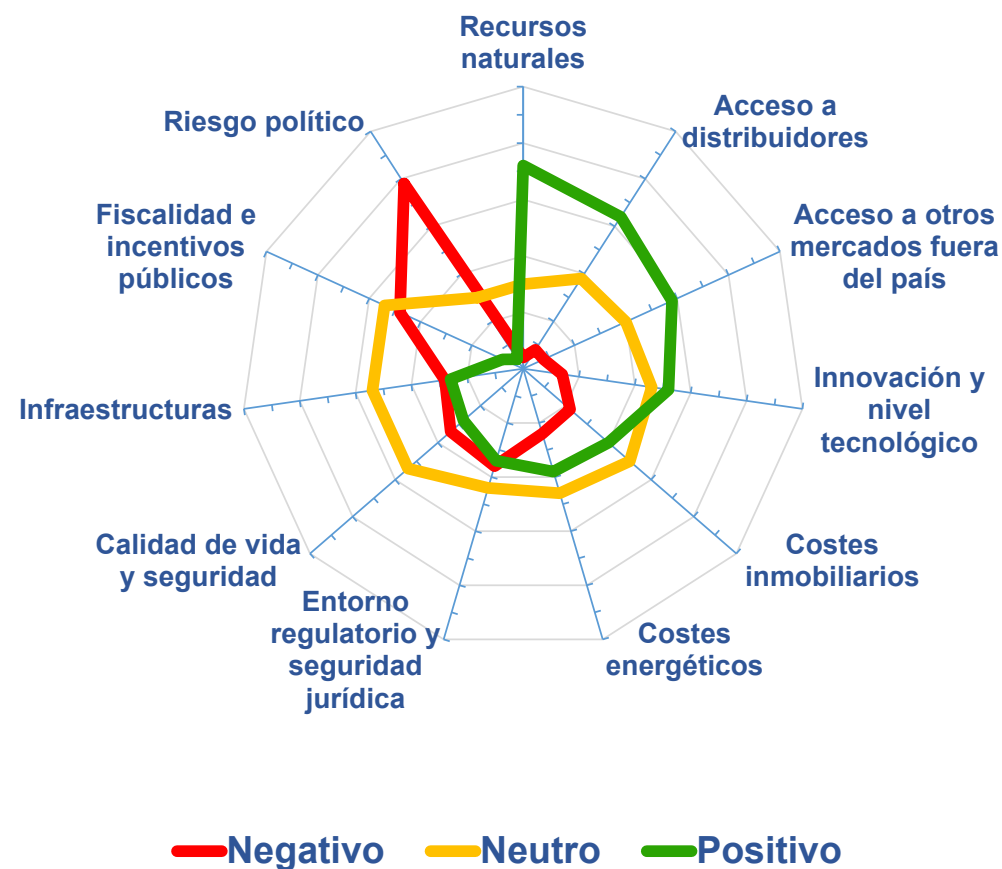
Factores de atracción

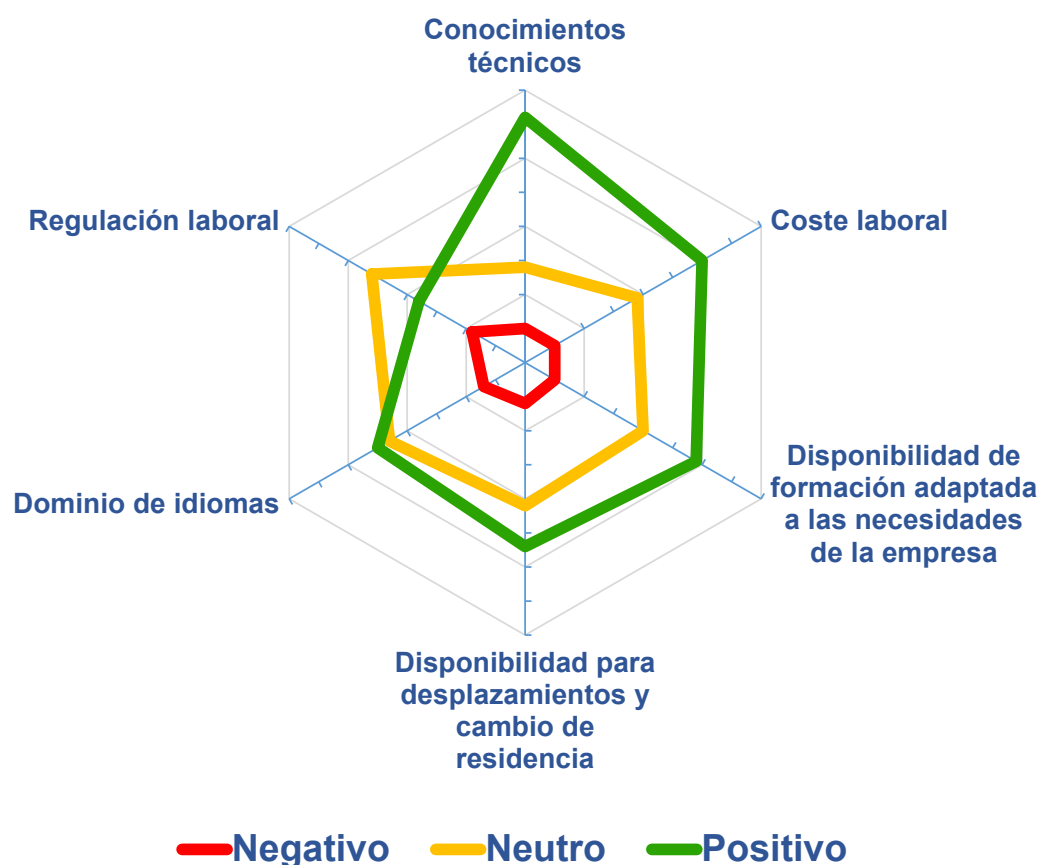
Pedimos a las empresas españolas que valorasen diferentes factores de la economía de Colombia.

Los **aspectos más fuertes** son variados: riqueza de recursos naturales, acceso a distribuidores y acceso al mercado latinoamericano, tan importante para las empresas españolas. Destaca la buena valoración del nivel tecnológico en la economía colombiana.

El **más problemático**, con diferencia, es el riesgo político. Las respuestas también valoran de forma negativa o neutra la fiscalidad, la calidad de vida, las infraestructuras y el entorno regulatorio.

En cualquier caso, hay un ligero predominio de las valoraciones positivas. Los resultados se parecen mucho a 2023.





Pedimos a las empresas españolas que valoraran diferentes factores del mercado laboral de Colombia.

Hay un **fuerte predominio de las valoraciones positivas**. Pocas empresas destacaron factores negativos, y todos los factores son mucho más positivos que negativos.

Hay que destacar que el aspecto que más valoran las empresas son los conocimientos técnicos de los trabajadores colombianos. Otros **factores positivos** son la formación, el coste laboral y la disponibilidad para desplazamiento. El factor **menos destacado** es la regulación laboral.

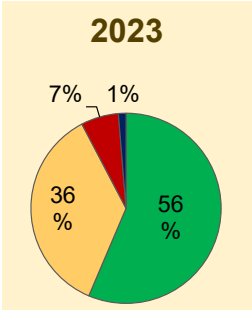
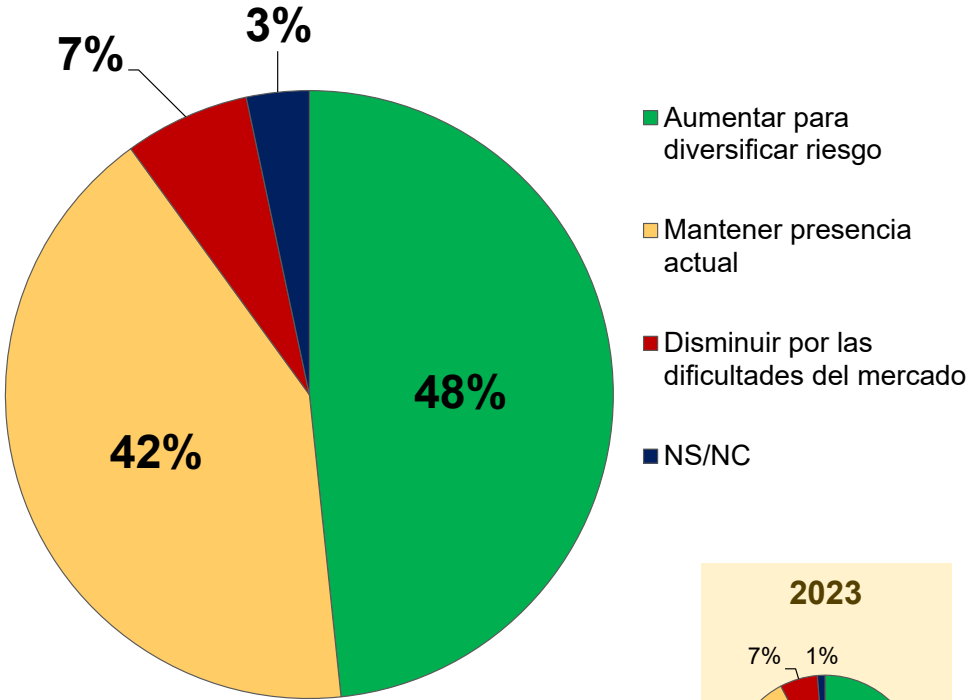
Los resultados de 2024 son muy similares a 2023.

Colombia frente a crisis

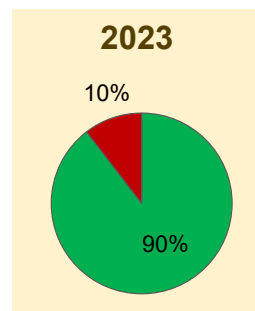
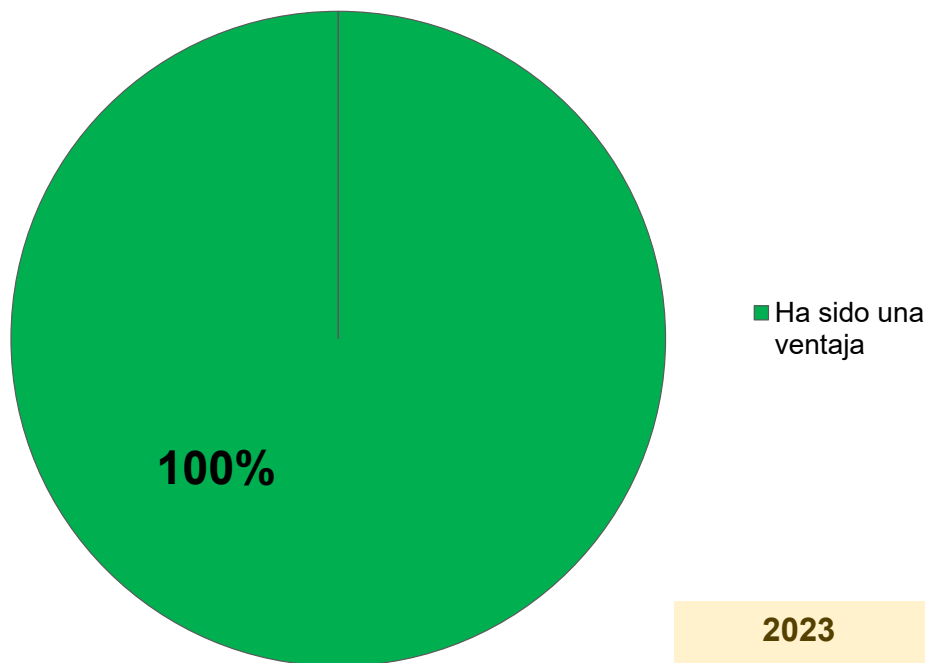
Preguntamos a las empresas españolas si, ante las crisis inesperadas de los últimos años, ven Colombia como una forma de reducir riesgos mediante la diversificación, o como una dificultad añadida. Mencionamos el Brexit, el covid y la invasión de Ucrania.

El 48% de las empresas indicaron que su presencia en Colombia era una forma de diversificación frente a los riesgos inesperados que han tenido lugar recientemente, y que por eso les interesaría **augmentar su presencia**.

Casi la misma proporción mantendría su presencia, y solo un 7% plantean reducirla. Los resultados son similares a 2023, ligeramente menos optimistas.



Cercanía cultural

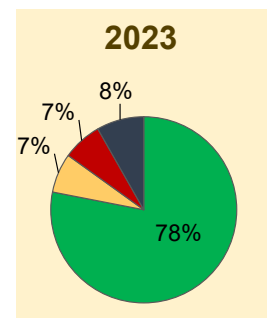
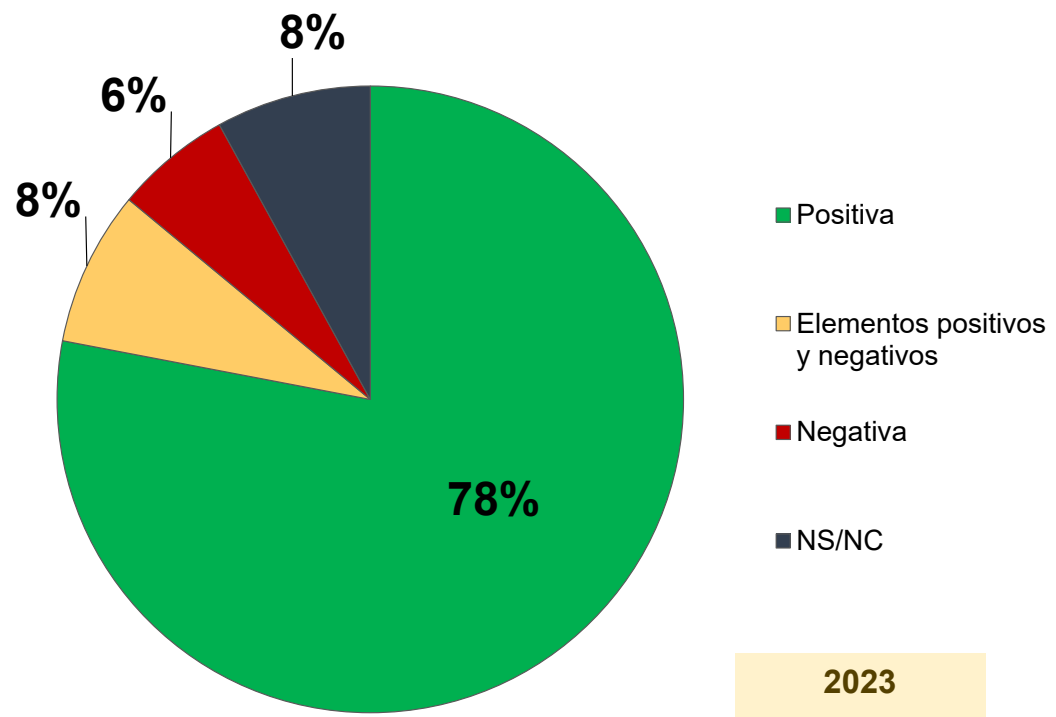


Preguntamos a las empresas españolas si la histórica conexión cultural entre España y Latinoamérica había sido una ventaja en sus relaciones con Colombia.

El 100% de los encuestados es positivo con respecto a esa **ventaja**. Las respuestas destacan, sobre todo, la ausencia de barreras idiomáticas. Algunos comentan las relaciones históricas y la migración como aspectos positivos. Y varios coinciden en que esta ventaja no se está explotando al máximo.

En la encuesta de 2023 hubo un 10% de respuestas negativas. En 2024 no hay ninguna.

Percepción



Preguntamos sobre la imagen de las empresas españolas en Colombia.

El 78% piensa que **las empresas españolas tienen buena imagen en Colombia**. Sólo un 6% destaca lo negativo, y un 8% señalan elementos tanto positivos como negativos en la percepción. En general, consideran merecida y justa esta imagen.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan: calidad, cercanía cultural, origen europeo.

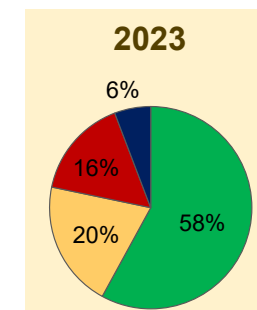
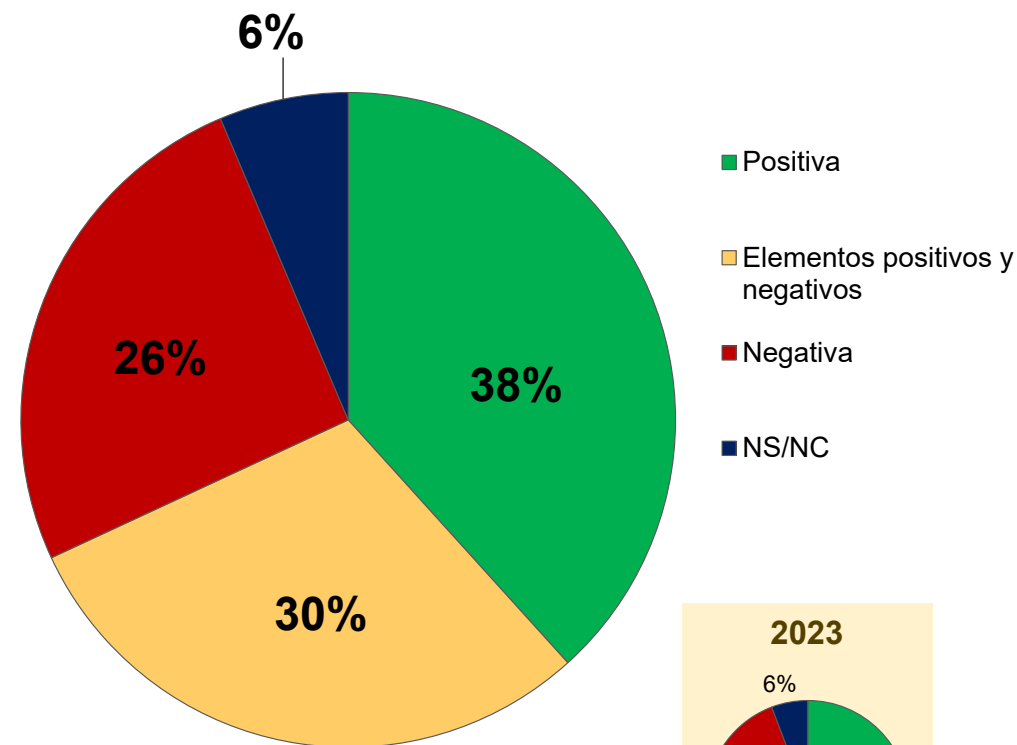
Entre los **aspectos negativos** citan: oportunismo, malos comportamientos de algunas empresas, especialmente constructoras.

Los resultados son casi idénticos a 2023.

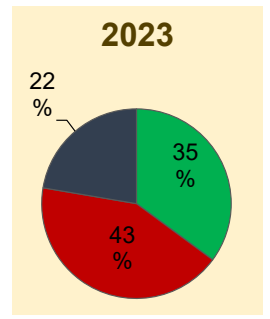
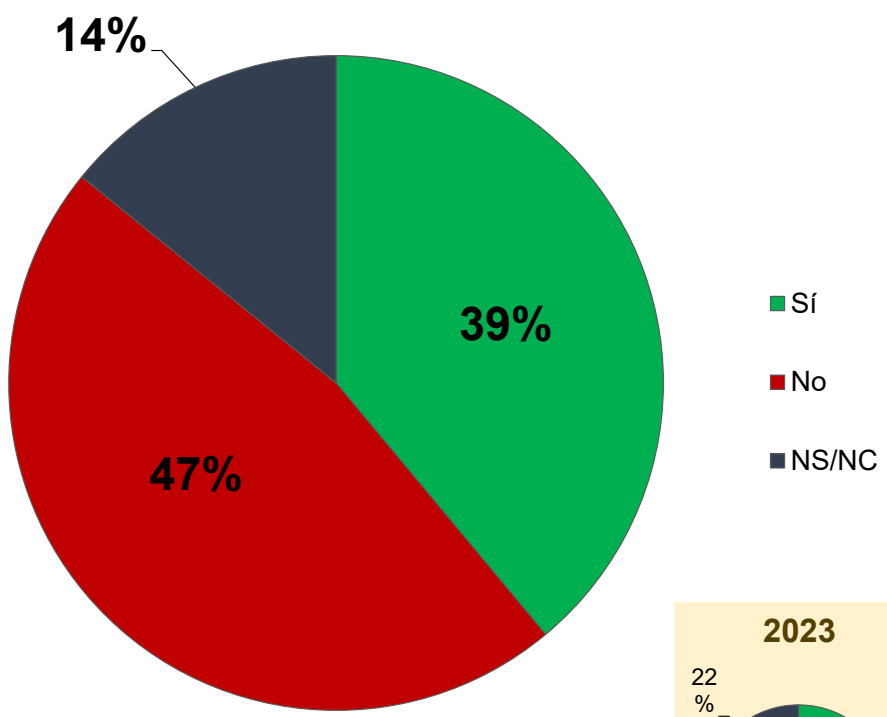
Preguntamos por la percepción que las empresas españolas, en general, tienen sobre el mercado colombiano.

El 38% de las empresas contestaron que en España se tiene una **visión positiva del mercado colombiano**. 26% opinaron que la percepción es negativa, y el 30% habló de aspectos positivos y negativos.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan las oportunidades que ofrece Colombia, país puntero en Latinoamérica. Entre los **aspectos negativos** citan la inseguridad y la inestabilidad política. Pero varios indican que es una percepción anticuada e injusta, basada en prejuicios de otra época mantenidos por desconocimiento.



Sostenibilidad



Preguntamos a las empresas españolas si tienen una estrategia de sostenibilidad en el mercado colombiano.

El 39% de las empresas encuestadas (empresas con filiales en Colombia y empresas exportadoras a Colombia) declararon tener una estrategia de sostenibilidad que afecta a sus actividades en Colombia.

Un número un poco mayor (8% de diferencia) declararon no tenerla.

Esto indica que la sostenibilidad no es vista por muchas empresas como un componente de su competitividad en Colombia. Es un resultado similar al de 2023.

Las empresas pudieron dejar comentarios sobre su estrategia de sostenibilidad en Colombia.

Estos son algunos de los aspectos destacados:

- Los **objetivos** más mencionados son los relacionados con el ahorro energético, reducción de consumo de materiales y objetivos de inclusión laboral de diferentes colectivos, entre otros.
- También se menciona la selección de proveedores locales según criterios de sostenibilidad.
- En Colombia la sostenibilidad es un elemento diferenciador, mientras que en España se orienta más al marketing.
- La sostenibilidad es una faceta empresarial menos desarrollada en Colombia que en España.

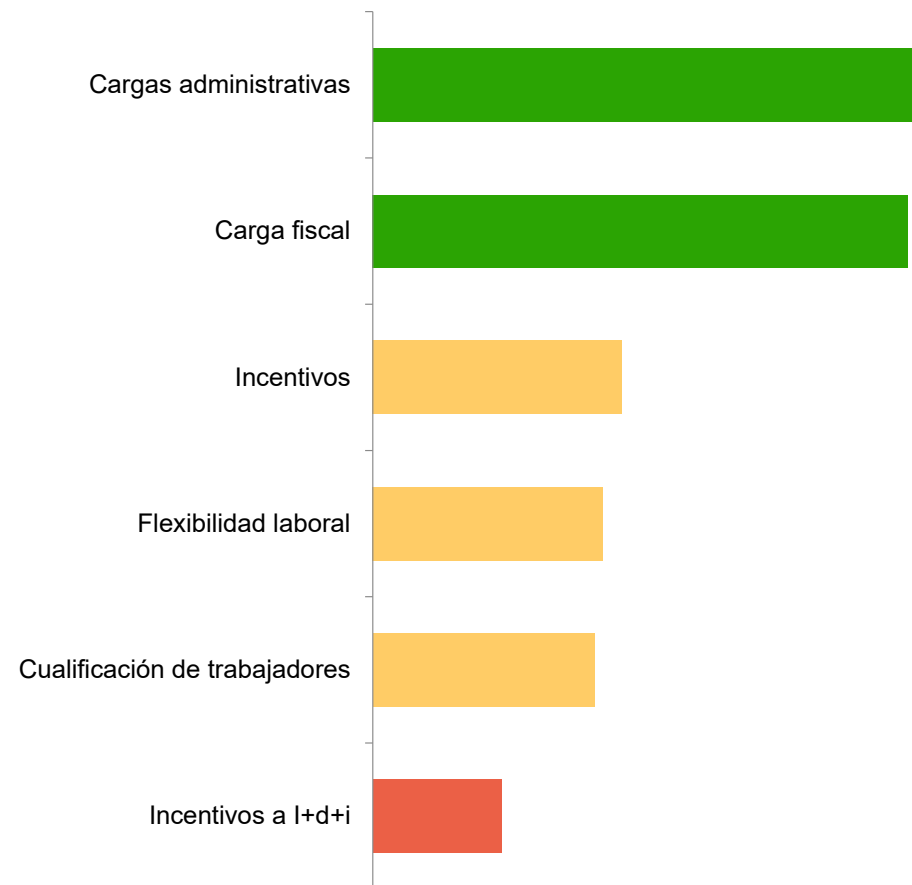
Valoración de reformas

Preguntamos a las empresas españolas qué reformas verían más atractivas para incrementar su presencia en el mercado colombiano. Esta pregunta estaba orientada, fundamentalmente, a las empresas españolas con filial en Colombia.

Reducir las cargas fiscales y administrativas son las posibles reformas mejor valoradas.

En cambio, mejorar los incentivos a la I+D es la idea menos valorada.

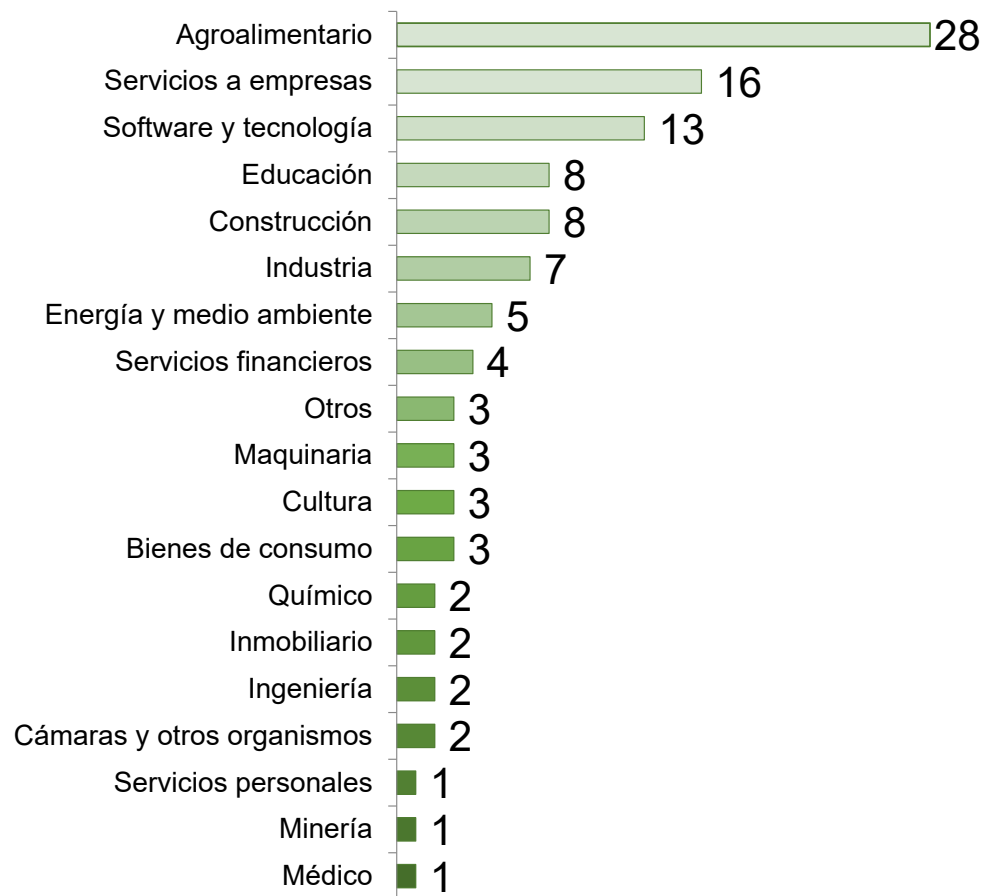
Las empresas le dan una valoración media a mejorar incentivos, aumentar flexibilidad laboral y mejorar la cualificación de los trabajadores.



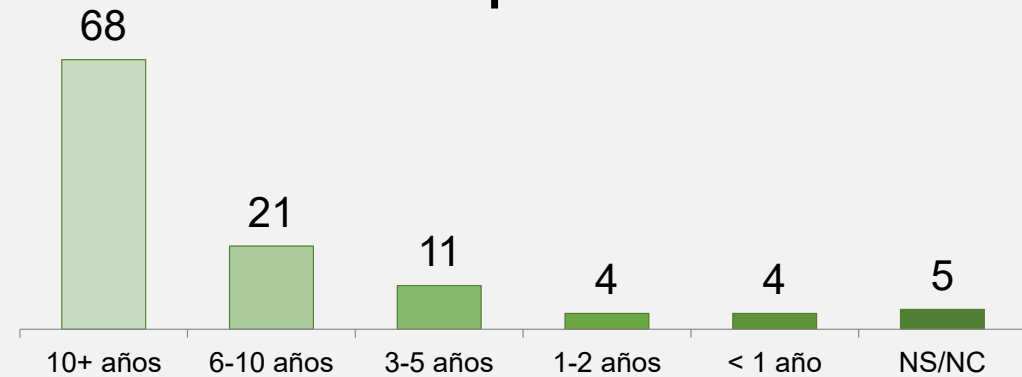
Las reformas están ordenadas por preferencia, ponderando por el orden que ha dado cada encuestado.

Muestra

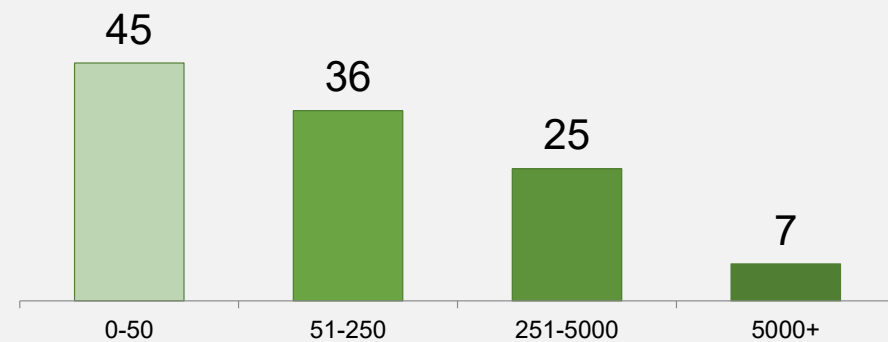
Sectores de empresas encuestadas



Años de presencia en Colombia



Tamaño a nivel global (trabajadores)



Encuesta sobre el mercado español

Encuesta a empresas colombianas con actividades en España, ya como exportadoras, ya como empresas matrices de filiales instaladas en España.

Presencia en España

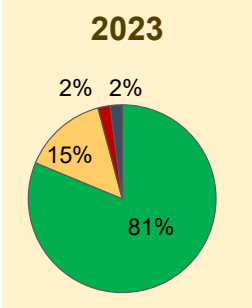
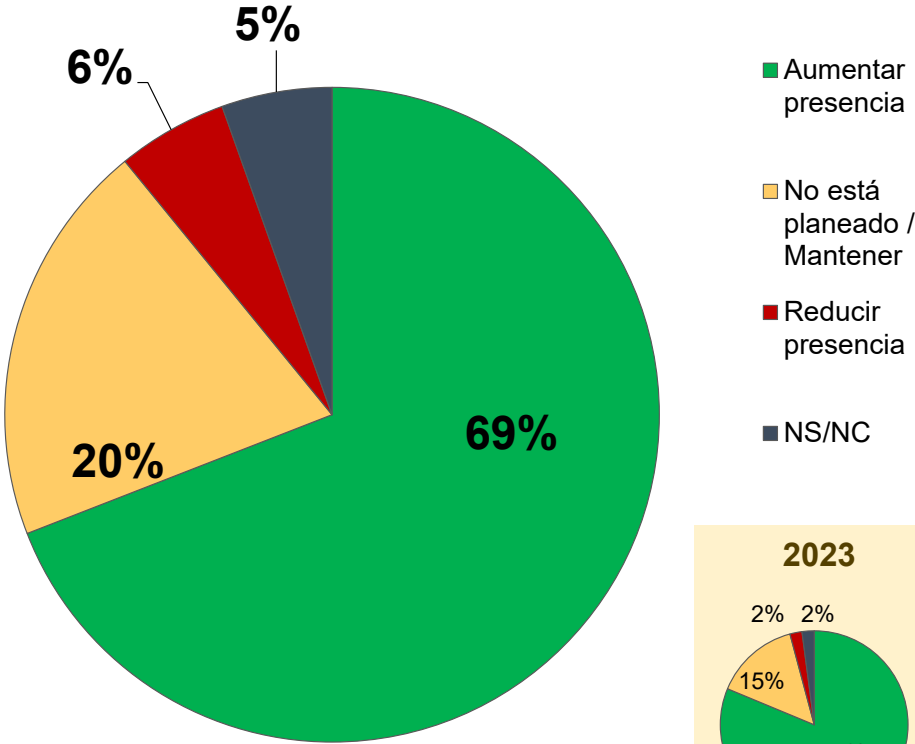
Planes de presencia

Preguntamos a las empresas si planean incrementar, mantener o reducir su actividad en España.

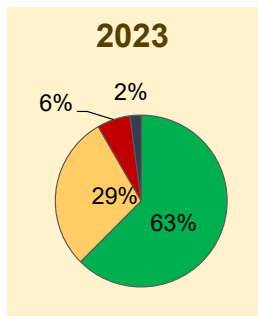
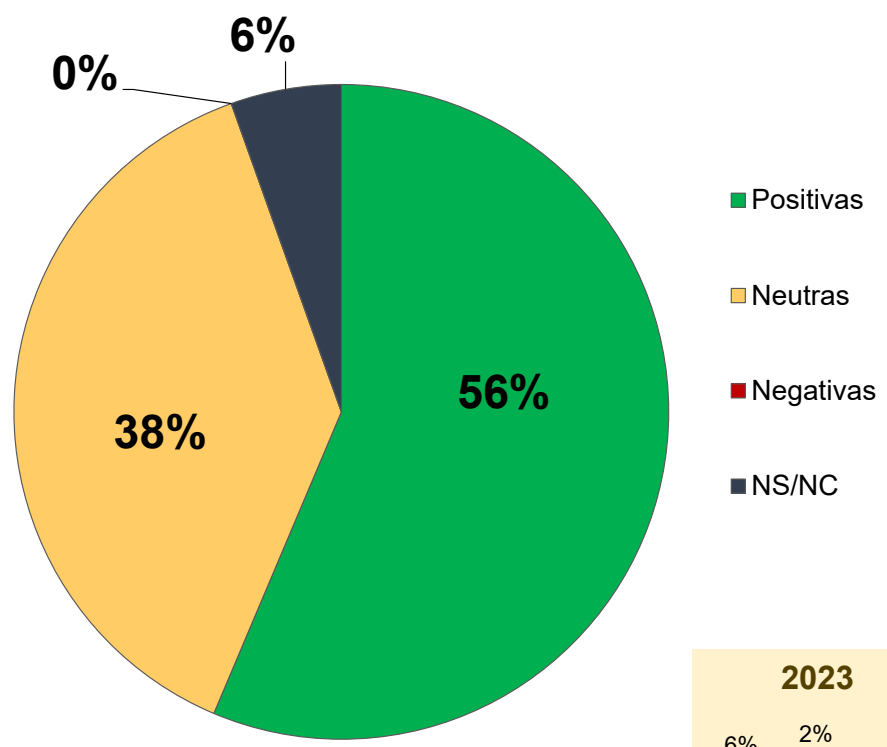
Casi el 70% de las empresas colombianas con relaciones económicas con España que contestaron a la encuesta indicaron su plan de incrementar actividad.

Para la mayoría de las empresas colombianas que trabajan con España, **es un mercado rentable y con perspectivas positivas.**

Los resultados, siendo muy positivos, son un poco menos positivos que en 2023.



Perspectivas



Preguntamos a las empresas colombianas su opinión sobre las perspectivas económicas de España.

Ninguno de los encuestados tiene perspectivas negativas sobre la economía española.

El 56% tienen perspectivas optimistas, y el 38% son neutros.

Las respuestas indican claramente una fuerte confianza en la economía española, que ven en un momento estable y fuerte.

El resultado es similar al de 2023, pero aun más positivo.

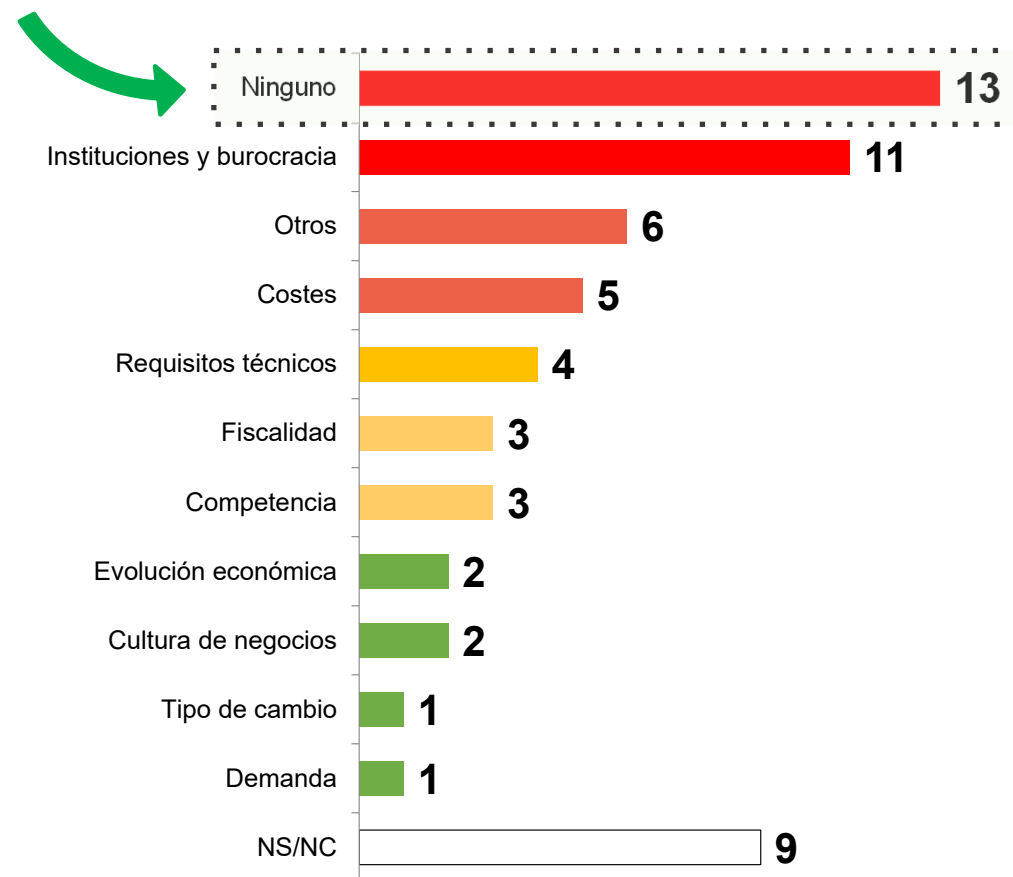
Problemas y amenazas

Preguntamos a las empresas colombianas qué problemas han sufrido durante su experiencia en España.

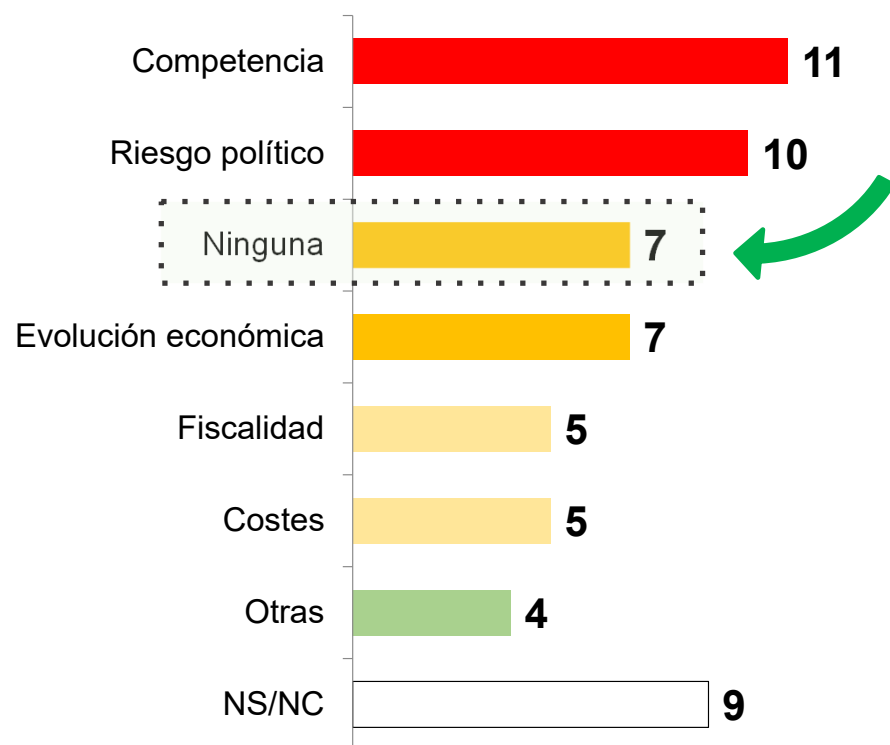
El resultado más destacado es que la opción más mencionada es que no destaquen **ningún problema importante**.

Los problemas más mencionados son los derivados de los **mayores costes en España** en comparación con Colombia: burocracia, costes elevados, requisitos legales y técnicos.

En cambio, el tipo de cambio no ha sido un problema fundamental para las empresas encuestadas en este período.



Amenazas



Preguntamos a las empresas colombianas qué amenazas potenciales las preocupan más con respecto a su futura actividad en España.

Las amenazas más mencionadas son:

- La competencia, tanto legítima (destacando a empresas europeas, asiáticas y africanas) como competidores desleales.
- Riesgo político, respuesta que no se dio en la encuesta de 2023.
- Evolución económica negativa, fiscalidad y altos costes.

Nuevamente, destacan las respuestas que no esperan ninguna amenaza grave en el corto plazo

Factores de atracción

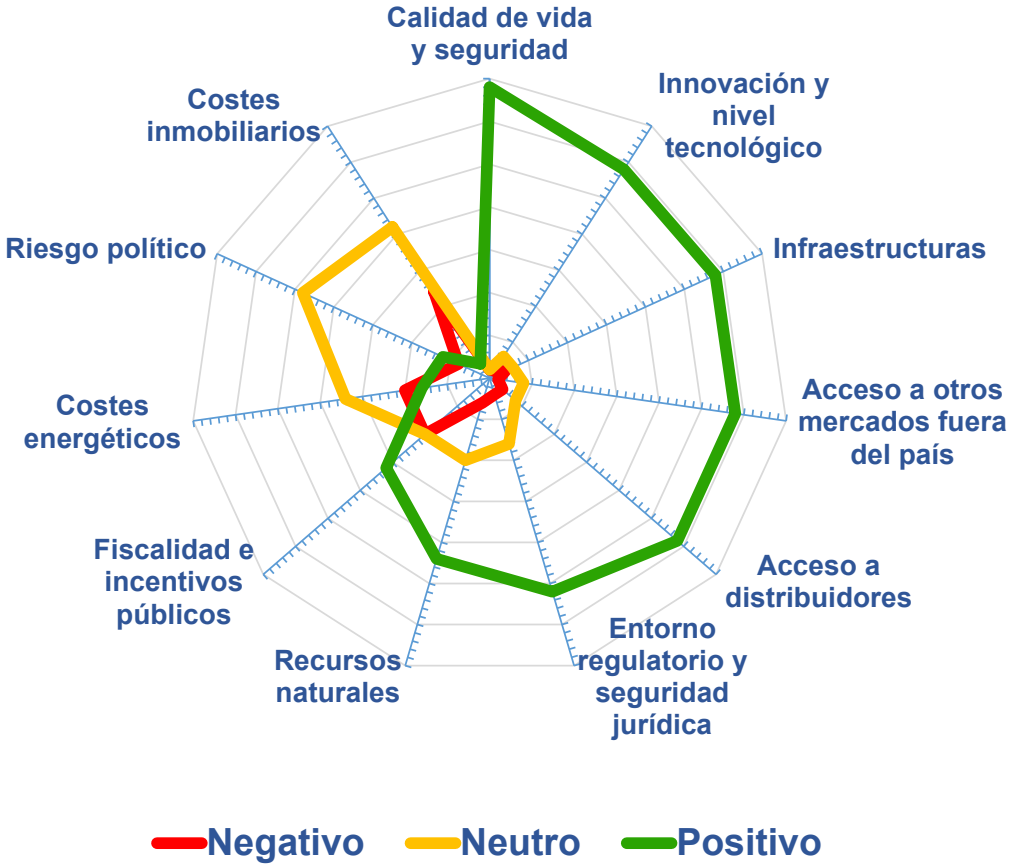
Atractivo del país

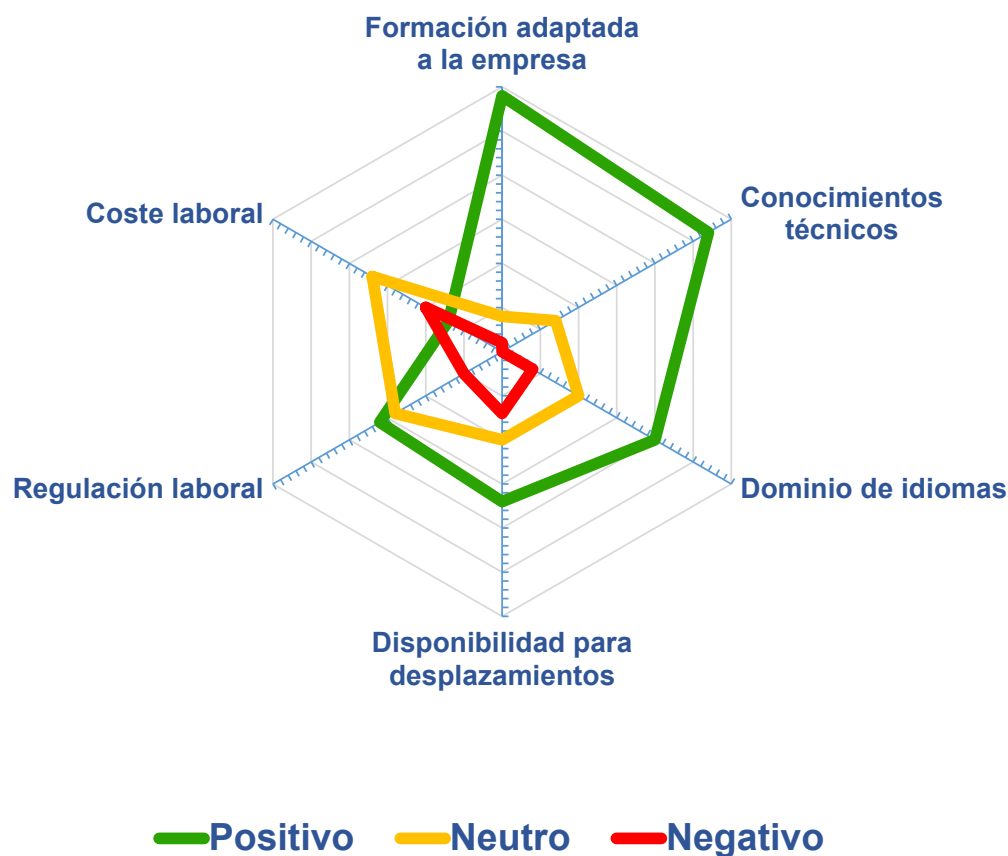
Pedimos a las empresas colombianas que valorasen diferentes factores de la economía de España.

Los **aspectos más fuertes** son típicos de las economías más desarrolladas: calidad de vida, seguridad física, tecnología, infraestructuras acceso a terceros mercados y distribuidores, y seguridad jurídica.

Los **aspectos peor destacados** son los costes energéticos, inmobiliarios y, a diferencia de 2023, el riesgo político.

El predominio de las valoraciones positivas es casi total. La mayoría de los factores son atractivos para las empresas colombianas.





Pedimos a las empresas colombianas que valorasen diferentes factores del mercado laboral de España.

Los **aspectos más fuertes** son los relacionados con la formación: formación especializada , conocimiento técnico, e idiomas.

Los **factores menos atractivos** para las empresas colombianas se observan en la regulación laboral y, sobre todo, en los costes laborales.

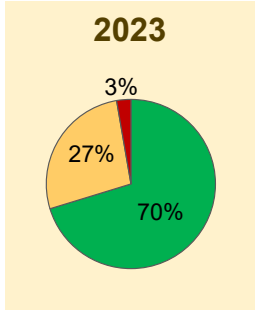
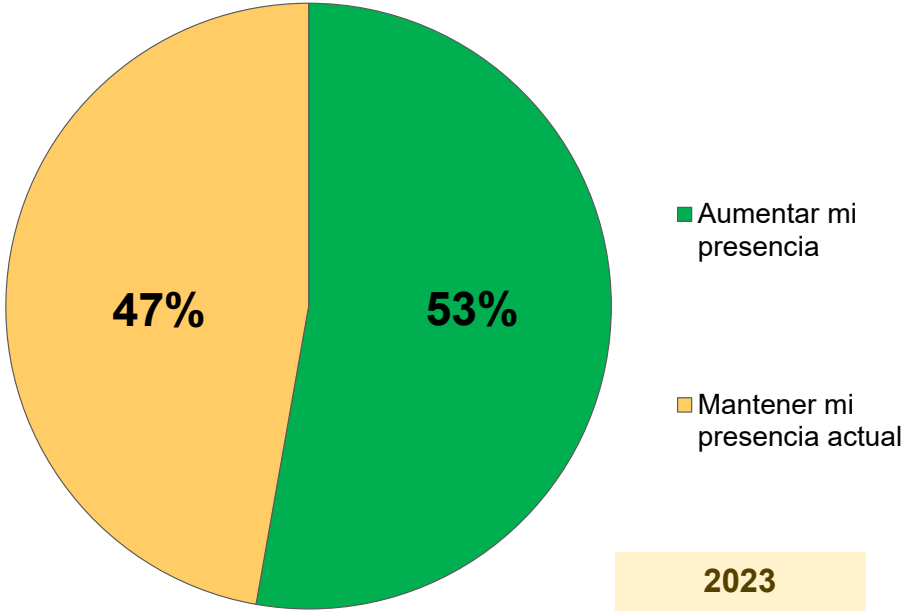
Estos resultados son esencialmente los mismos que en 2023.

España frente a crisis

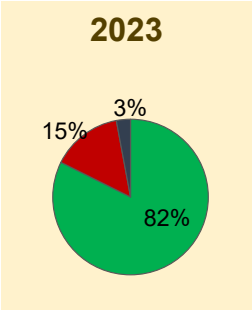
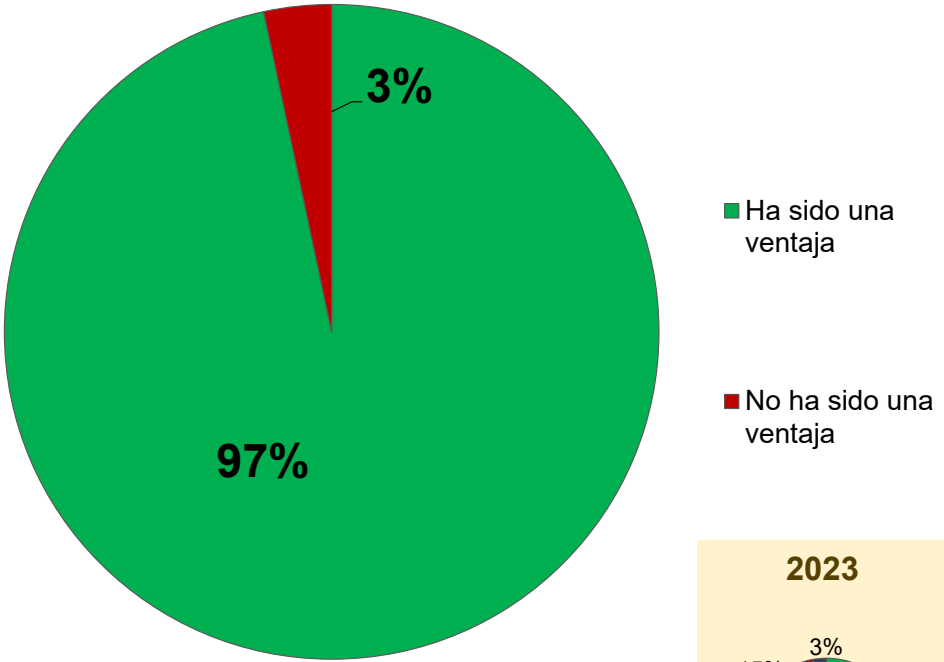
Preguntamos a las empresas colombianas si, ante las crisis inesperadas de los últimos años, ven España como una forma de reducir riesgos mediante la diversificación, o como una dificultad añadida. Mencionamos el Brexit, el covid y la invasión de Ucrania.

El **53% de las empresas** indicaron que su presencia en España les permite diversificarse frente a los riesgos que han tenido lugar recientemente, y que por eso les interesaría aumentar su presencia o mantener la que actualmente tienen.

El 47% de las respuestas indican intención de mantener la presencia existente. Nadie se plantea reducir inversión en España.



Cercanía cultural

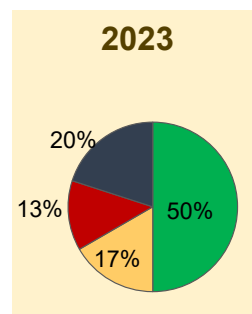
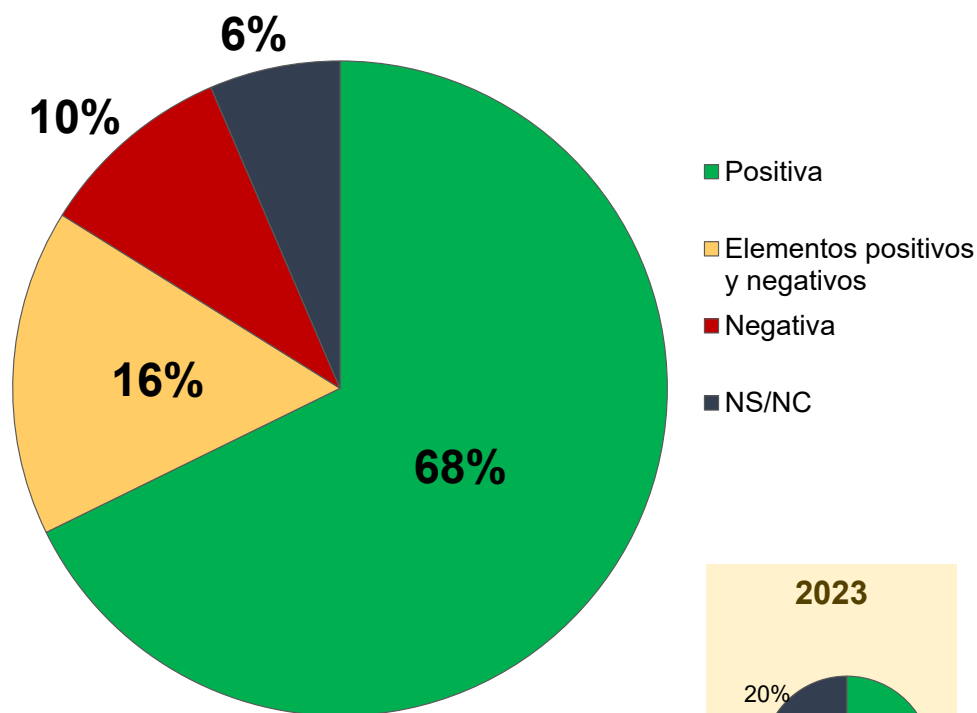


Preguntamos a las empresas colombianas si la histórica conexión cultural entre España y Latinoamérica había sido una ventaja en sus relaciones con España.

El 97% de los encuestados es positivo con respecto a esa **ventaja**. Las respuestas destacan, sobre todo, el idioma común. También hay menciones a la cultura y la presencia de la inmigración colombiana en España.

Solo un 3% de las respuestas indican no haber percibido que la cercanía cultural de España y Colombia les haya supuesto una ventaja relevante. El resultado es similar al de 2023,

Percepción



Preguntamos sobre la imagen de las empresas colombianas en España.

La percepción mayoritaria (68% de los encuestados) que tienen las empresas colombianas es que su **imagen en España es positiva**.

Son minoría los encuestados que destacan algún aspecto negativo. Destaca el desconocimiento como explicación de esto.

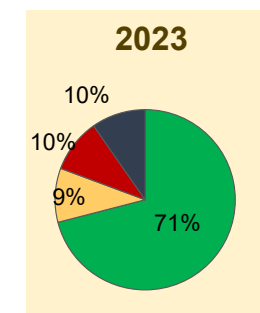
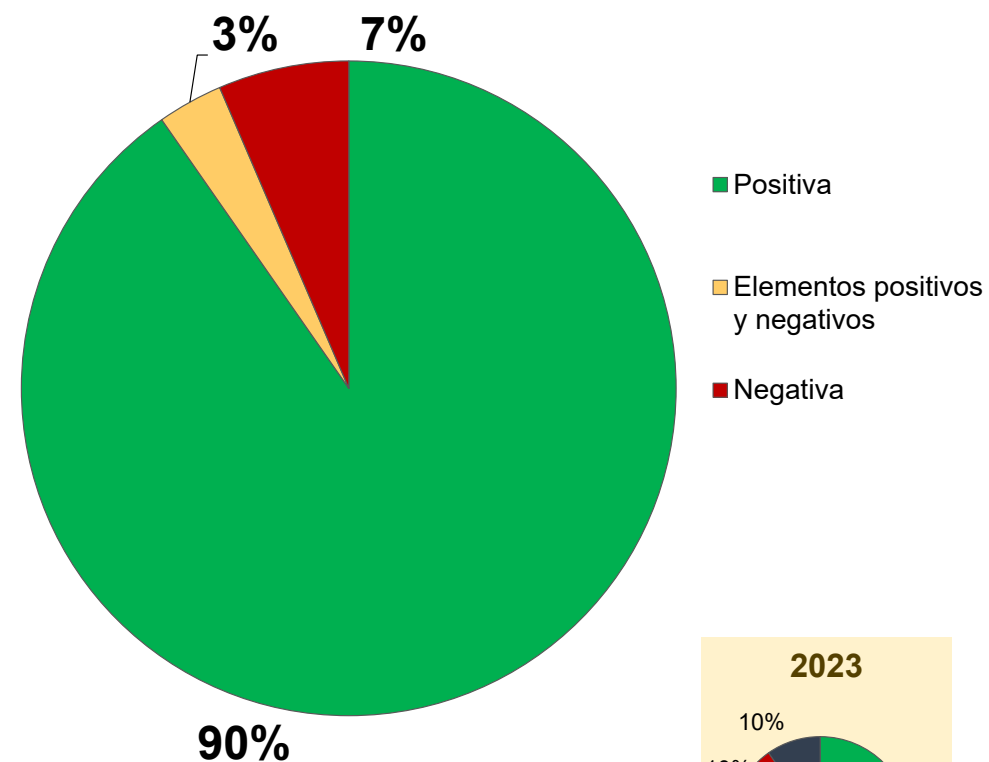
Los resultados son similares a los de 2023, pero más positivos.

Preguntamos por la percepción que las empresas colombianas tienen, en general, sobre el mercado español.

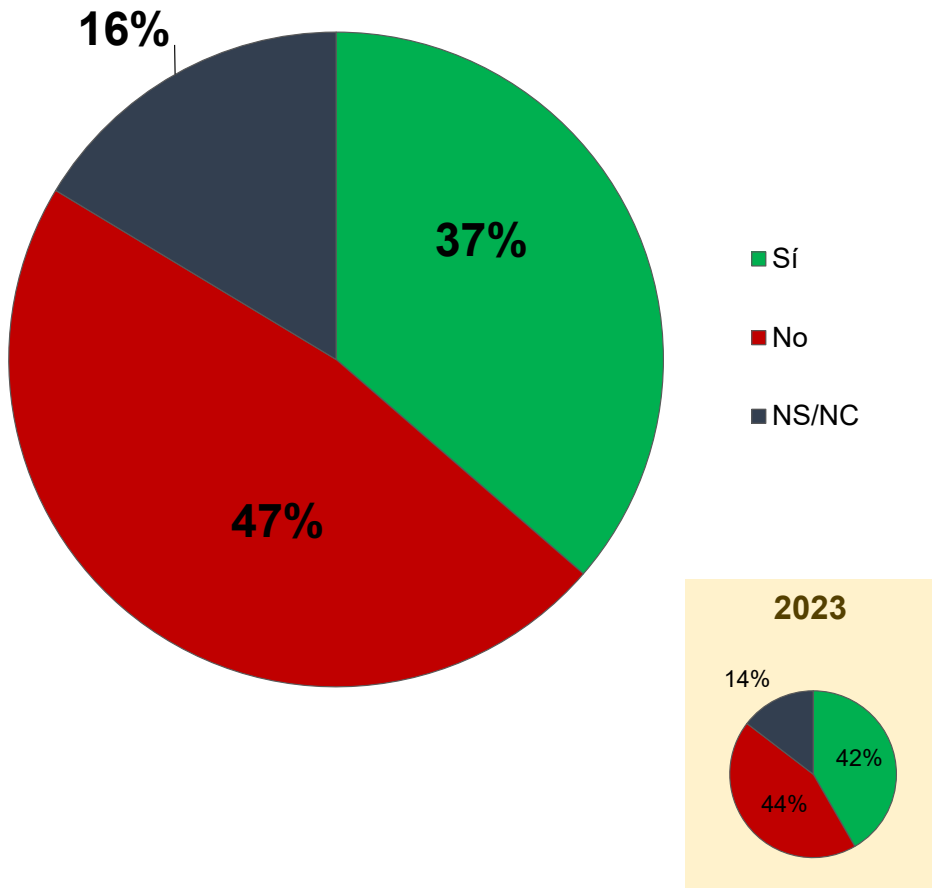
La **percepción positiva del mercado español** es tremendamente mayoritaria, un 90% de las respuestas, junto a un 3% que observan aspectos positivos y negativos, y un 7% que opinaron que la percepción es negativa.

Entre los **aspectos positivos**, los encuestados destacan que España es un mercado grande y con gran potencial, puerta de entrada a Europa, y con un idioma común y muchos inmigrantes.

Los resultados son más positivos que en 2023.



Sostenibilidad



Preguntamos a las empresas colombianas si tienen una estrategia de sostenibilidad en el mercado español.

El 37% de los encuestados indicaron tener una estrategia de sostenibilidad, el 47% no tenerla.

Esto indica que los factores asociados a la sostenibilidad no son todavía factores clave a tener en cuenta para la entrada en el mercado español, para muchas empresas colombianas.

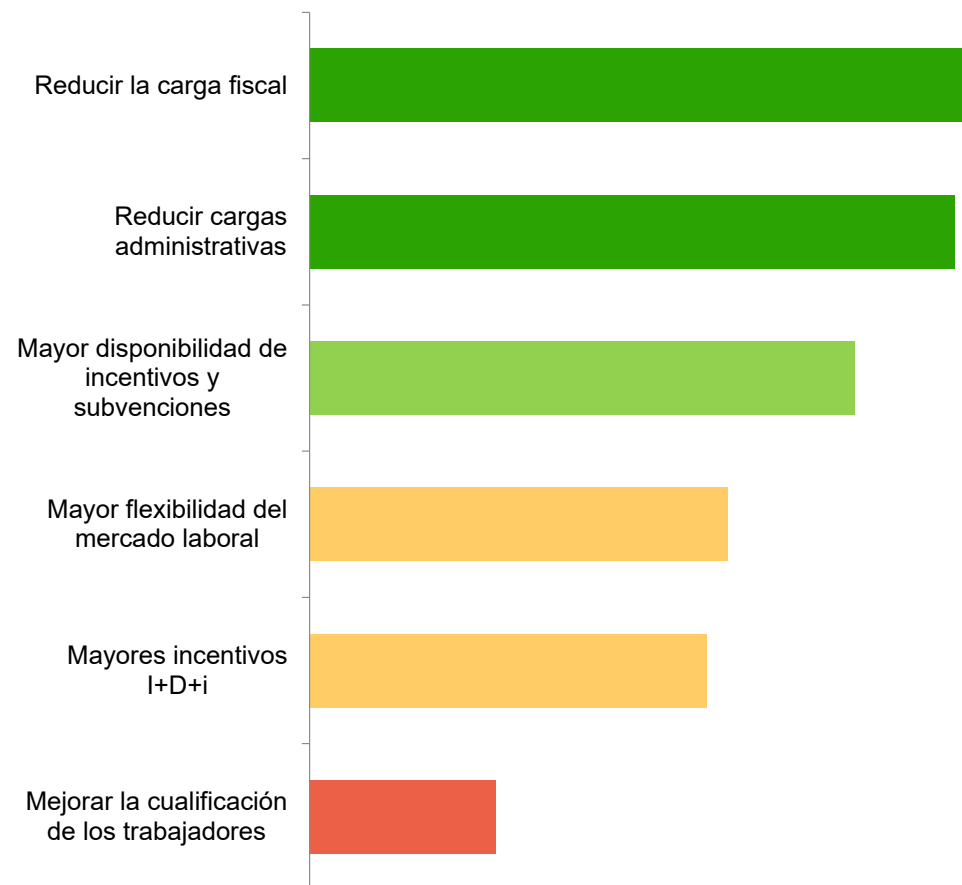
El resultado es muy similar al de 2023.

Valoración de reformas

Preguntamos a las empresas colombianas qué reformas verían más atractivas para incrementar su presencia en el mercado español.

Reducir las cargas administrativas y fiscales, así como ampliar incentivos y subvenciones serían las reformas más valoradas.

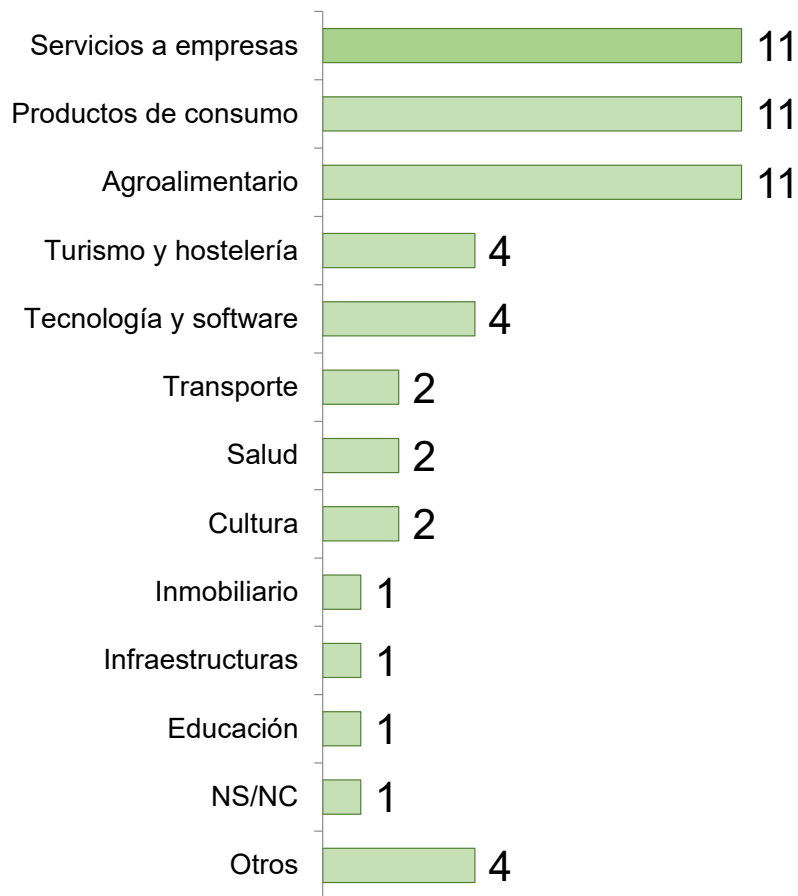
En cambio, no se observan prioritarias por los encuestados aquellas reformas para mejorar la cualificación de los trabajadores, flexibilizar el mercado laboral o disponer de más incentivos a la I+D+i.



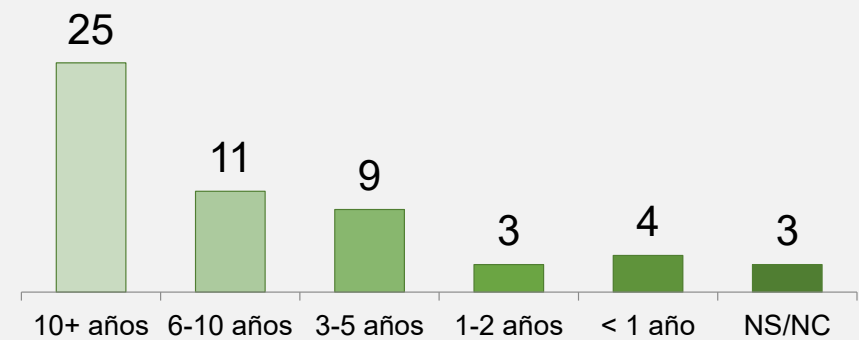
Las reformas están ordenadas por preferencia, ponderando por el orden que ha dado cada encuestado.

Muestra

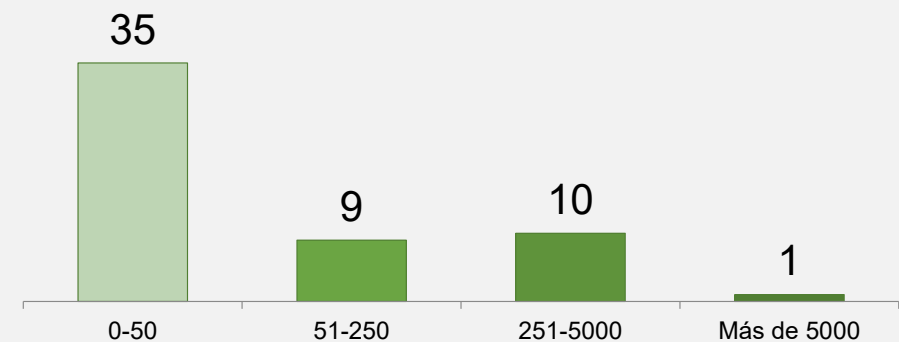
Sectores de empresas encuestadas



Años de presencia en España



Tamaño a nivel global (trabajadores)



Metodología

Universo

El universo de la encuesta incluye a todas las empresas españolas y colombianas con intereses económicos en el otro mercado. Esto se concreta en:

Empresas exportadoras: españolas que venden al el mercado colombiano y colombianas que venden al mercado español.

Empresas con filiales: empresas españolas de capital colombiano, así como su matriz, y empresas colombianas de capital español, así como su matriz. Se ha intentado hacer la encuesta tanto a la empresa filial como a la matriz.

Muestra y fuentes

Para tener la muestra más completa posible, hemos identificado empresas de los tipos deseados en múltiples fuentes:

- Experiencia previa y conocimiento personal de Gedeth Network y la Fundación Consejo
- Base de datos ORBIS
- Directorio de empresas exportadoras de la Cámara de Comercio de España (directorio.camaras.org)
- Directorio de empresas españolas instaladas en Colombia de ICEX
- Asociaciones sectoriales colombianas y españolas

Realización de la encuesta

La recogida de respuestas se ha llevado a cabo a través de una **plataforma web** de encuestas alojada en servidores europeos (survey.zoho.eu).

No se han requerido obligatoriamente datos identificativos de las empresas ni de las personas que responden, para no desincentivar la respuesta, y porque no eran necesarios para los fines del estudio.

Hay **dos versiones de la encuesta**, y cada contacto ha recibido solo una. Las preguntas son iguales en ambas versiones, pero en una se pregunta sobre España, y en otra se pregunta sobre Colombia.

Difusión

La difusión se ha realizado en dos fases.

Primero se ha enviado un **correo electrónico** a cada contacto de la muestra, con un enlace a la encuesta.

Posteriormente se ha intentado **contactar telefónicamente** para solicitar que contestaran la encuesta, o recoger sus respuestas telefónicamente. Se ha realizado campaña telefónica tanto a los contactos en España como a los contactos en Colombia.

Acciones y resultados

Fecha de inicio	15-4-2023
Fecha de fin	7-6-2024
Medio	Formulario online
Empresas contactadas	Sobre España 264
	Sobre Colombia 880
Número total de respuestas válidas	Sobre España 55
	Sobre Colombia 113